



高等职业教育物流管理专业“十三五”规划教材

GAODENG ZHIYE JIAOYU WULIU GUANLI ZHUANYE SHISANWU GUIHUA JIAOCAI

湖北技能型人才培养研究中心重点课题研究成果

配送管理实务

PEISONG GUANLI SHIWU

主 编 李方峻 曹爱萍

副主编 冯森洋 崔 蜜 张玉巧

重庆大学出版社

编委会成员

编委会主任

吴元佑

副主任(按姓氏笔画排序)

乐 岩 严石林 苏 龙 李方峻 杨爱明 沈易娟

侯谦民 夏 栋 夏荣鹏 席 波 姬中英 熊文杰

委员(按姓氏笔画排序)

王 骏 石小平 平 怡 冯秀娟 任 翔 刘丽华

许迅安 李一辉 杨 晋 吴理门 怀劲梅 宋金龙

周 蓉 徐斌华 浦震寰 陶小恒 黄丹莉 黄学全

曹爱萍

总序

随着全球经济一体化进程的加快,现代物流产业已经成为国民经济中重要的服务性产业和新的经济增长点,并被列为我国调整和振兴的重点产业之一。2016年是物流产业转型升级继续深化的一年,在2015年移动互联、4G信息通路的推动下,在电子商务高速发展的带动下,中国的传统产业发生了革命性的颠覆,物流业也不例外。而在2016年大经济环境条件下,物流行业也步入了另一个发展阶段,虽然物流创新在2016年已经迈开了步子,但总体上看,物流创新对社会物流效率提升的带动作用还不强,物流产业创新驱动发展的效应才刚刚开始,尚未显现。这一时期,物流业持续快速发展的关键是需要大量的优秀人才作为支撑。由于我国物流教育起步较晚,在课程体系设计、教材建设和师资队伍建设等方面还有待完善,培养出来的学生在知识结构、职业素养和综合能力等方面往往与市场需求不对称。尤其是目前国内物流教材零散、缺乏系统性的状况比较突出,很大程度上制约了我国物流教育和物流业的发展。

为了创新教学模式,按照教育部“对接产业(行业)、工学结合、提升质量,促进职业教育深度融入产业链,有效服务经济社会发展”的职业教育发展思路和用信息化促进职业教育现代化的指示精神,从“以教学做一体”“教学相长”“校企合作”三方面进行深度挖掘、创新。根据湖北省普通高等学校重点人文社会科学研究基地湖北技能型人才培养研究中心立项通知《鄂技人研〔2014〕3号》文件精神,由湖北省8所高职院校牵头,其他开设物流管理专业的相关院校参与,对物流管理专业8门课程标准开展立项研究,并依据研究成果编写了本套教材。

本套教材具有以下三个特点:

1. 按照“能力本位”原则确定课程目标。扭转传统教材目标指向,由知识客体转向学生主体,以学生心理品质的塑造和提升为核心目标,并通过其外部行为的改变来反映这些变化,突出培养学生在工作过程中的综合职业能力,充分体现了高等职业教育的职业性、实践性和实用性。

2. 坚持“行业、企业”专家引导内容。采用“行(企)业专家+专业教师+课程专家”的开发模式。打破传统教材开发形式,基于行(企)业专家提出的典型工作任务,在课程专家指导帮助下,由专业教师提炼出适配的知识、技能和态度等方面的教育标准,再通过多种技术方

法设计教学任务,形成满足物流管理专业使用的教材。

3. 运用“学生能力本位”思想安排教学。由“教程”向“学程”转变,转变传统课堂教育中教师的主宰地位,成为促进学生主动学习的组织者和支持者,强调和重视学习任务与学生认知规律保持一致。保持各专业系列教材之间、课堂教学和实训指导之间的相关性、独立性、衔接性与系统性,处理好课程与课程之间、专业与专业之间的相互关系,避免内容的断缺和不必要的重复。

本套教材定位于物流产业发展人才需求数量最多和分布面最广的高职高专教育层次,是在对物流职业教育的人才规格、培养目标、教育特色等方面的把握和对物流职业教育与普通本科教育的区别理解以及对发达国家物流职业教育借鉴的基础上编写而成。本套教材在研发期间得到了武汉大学海峰教授,华中科技大学刘志学教授等专家的大力支持。相信本套教材的出版,其意义不仅仅局限在高职高专教学过程本身,而且还会产生巨大的牵动和示范效应,将对高职高专物流管理专业的健康发展产生积极的推动作用。

编审委员会
2017年6月

前言 PREFACE

物流业是基础性、战略性产业,在促进经济增长、调整产业结构、提升经济运行质量和效益以及促进就业等方面发挥着重要作用。配送是物流的缩影,它几乎包含了所有的物流功能,与生产生活息息相关,配送的水平反映了物流的处理能力。随着电子商务的蓬勃发展,商品“物流围城”和“最后一公里”配送问题更加突出。现代物流配送业急需掌握配送知识和技能的人员,从业人员的工作能力反过来又促进物流配送业的发展。我们针对配送中心的各种工作岗位和配送管理人员应该具备的知识和能力,编写了这本《配送管理实务》教材。教材充分介绍了配送及配送中心认知、订单处理、备货和储存、流通加工、拣货与补货、配货与送货、退货管理、储配方案设计、签订配送服务合同、配送成本与绩效分析、配送中心规划与设计、电子商务配送共12个项目的内容,并专门设立了实施储配方案综合实训的内容。本书可以作为高等职业院校物流管理相关专业学生的教材,也可以作为对物流第一线员工进行职业培训的教学资料。物流从业人员还可以将本书作为一本物流货品管理的工具书。

本书内容包含12个项目和1个综合实训周实施方案。本书由湖北城市建设职业技术学院副院长杨爱明教授主审;湖北城市建设职业技术学院李方峻教授担任主编,负责全书的总纂定稿,并编写了项目2、项目12;湖北城市建设职业技术学院曹爱萍副教授担任第二主编,编写了项目8、项目10、项目11、综合实训周实施方案;湖北生态工程职业技术学院冯森洋担任第一副主编,编写了项目4、项目6、项目7;湖北三峡职业技术学院崔蜜担任第二副主编,编写了项目3、项目5;武汉工程职业技术学院张玉巧担任第三副主编,编写了项目1、项目9。本书在编写过程中得到了湖北省高等教育学会物流教育专业委员会以及湖北省高等教育学会物流教育专业委员会主任吴元佑教授的大力支持。本书还得到了湖北技能型人才培养研究中心的大力支持,也是该中心课题“高职物流管理专业配送管理实务课程标准研究”成果。本书还参考了大量资料,浏览了相关网站,在此一并表示衷心感谢。

由于时间仓促和水平有限,书中难免有不妥之处,敬请相关专家和读者批评指正。

编者

2017年5月

目录 CONTENTS

项目 1 配送及配送中心认知

任务 1 配送认知	2
任务 2 配送中心认知	8

项目 2 订单处理

任务 1 接单作业	15
任务 2 订单确认	17
任务 3 建立客户档案	21
任务 4 存货查询与分配	24
任务 5 排定出货时间和拣货顺序	25
任务 6 存货不足的处理	26
任务 7 订单资料处理输出	27

项目 3 备货和储存

任务 1 备货作业	38
任务 2 入库存储作业	46
任务 3 货物的储存	48

项目 4 流通加工

任务 1 流通加工类型	56
任务 2 流通加工合理化	62

项目 5 拣货与补货

任务 1 拣货作业	68
任务 2 补货作业	77

项目 6 配货与送货

任务 1 配货作业	83
任务 2 车辆配装	87
任务 3 送货作业	90

项目 7 退货管理

任务 1 退货处理	99
任务 2 配送中心退货策略	101

项目 8 储配方案设计

任务 1 入库作业方案设计	107
任务 2 出库作业方案设计	116

项目 9 签订配送服务合同

任务 1 配送服务合同概述	126
任务 2 制订配送服务合同	129

项目 10 配送成本与绩效分析

任务 1 配送成本分析	140
任务 2 配送绩效分析	148

项目 11 配送中心规划与设计

任务 1 配送中心规划与设计认知	166
任务 2 配送中心的定位与策略	174
任务 3 配送中心选址	177
任务 4 配送中心规模与作业区域规划	184
任务 5 配送中心作业区设备规划	188
任务 6 配送组织结构设计	193

项目 12 电子商务配送

任务 1 电子商务物流配送概述	203
任务 2 电商自营配送	206
任务 3 第三方配送	207

附录 综合实训周实施方案	211
--------------------	-----

参考文献	221
------------	-----

项目 1 配送及配送中心认知

学习目标

- 掌握配送和配送中心的概念和特点;
- 熟悉配送和配送中心的功能和作用;
- 了解配送和配送中心的分类。

知识点

配送和配送中心的定义、功能和作用;配送的特点;配送和配送中心的分类。

案例导入

沃尔玛配送中心

2016年7月,位于坪山新区坑梓工业区的沃尔玛深圳配送中心二期项目正式启用,仓库总建筑面积由原来的4万平方米扩大到7万平方米,将进一步增强其处理能力。沃尔玛中国供应链高级副总裁史莲莉(Lesley Smith)表示:“加大投资建设物流配送网络,不断提升和优化供应链体系,是沃尔玛持续进行的战略升级计划的一部分。我们希望通过配送中心紧密地与供应商合作,缩短中间环节,保证沃尔玛商品可以更安全、及时地到达门店,助力沃尔玛成为最受消费者信赖的零售商。”目前,沃尔玛在中国拥有近20家配送中心,覆盖全国超过420家门店,物流网络的完善以及配送能力的提升,使沃尔玛有机会利用其强大的全球供应商资源为中国消费者提供更多优质优价的商品。沃尔玛深圳配送中心二期工程正式启用后,配送中心每日最大处理量从55万箱货物提升到62万箱,不仅直接为广东、福建、云南等地的约110家门店提供配送服务,而且对全国多家配送中心提供中转服务。另外,扩容后的深圳配送中心拥有更大的储存空间,货槽位较原来增加近两倍,仓库存储面积大大增加,进一步帮助门店降低库存压力。在配送方面,除了所有门店均可实现至少一周两配外,广东全省门店的蔬菜也已全部由生鲜物流配送中心统一配送。有了更加完善的生鲜物流配送体系,沃尔玛将更好地从源头把控品质和降低成本,令生鲜蔬菜更新鲜,价格更有优势。据第三方调研公司最新的顾客调研报告,广州及周边全部门店实现蔬菜冷链配送之后,沃尔玛顾客对生鲜食品的满意度也大大提升。

任务1 配送认知

1.1.1 配送的概念

第二次世界大战后,随着生产的发展和社会分工的扩大,迫切需要缩短流通时间和减少库存资金的占用,急需社会流通组织提供系列化、一体化和多项目的后勤服务。一些经济发达国家的仓库业开始调整业务范围,以适应市场变化对仓储功能的新需求。其业务范围由单纯保管、储存货物转变成提供多种服务,实现保管、储存、加工、分类、分拣和输送一体化,为客户提供“门到门”的服务,配送从此开始形成和发展。

1) 配送的定义

配送在不同的国家和地区,在不同的行业和学派有着不同的定义,本书采用《中华人民共和国国家标准:物流术语》(GB/T 18354—2006)的定义:“配送(Distribution)是指在经济合理区域范围内,根据客户要求,对物品进行拣选、加工、包装、分割、组配等作业,并按时送达指定地点的物流活动。”

该定义具有以下基本含义:

(1) 配送接近客户资源配置的全过程

配送一端连接着物流系统的业务环节,另一端连接着消费者,直接面对服务对象的各种不同服务要求。配送功能完成的质量及其达到的服务水准,最直观而又具体地反映了物流系统对需求的满足程度。

(2) 配送的实质是送货

配送是一种送货,但又与传统意义的一般送货不同:一般送货可以是一种偶然行为,而配送却是一种固定的形态,甚至是一种有确定组织、确定渠道,有一套装备和管理力量、技术力量,有一套制度的体制形式。配送以现代化作业方法和信息化作业手段为支撑,是一种高水平的送货。

(3) 配送是一种“中转”形式

配送是企业需要什么就送什么,必须在一定中转环节筹集这种需要,从而使配送必然以中转形式出现。从广义上,也有观点仅以“送”为标志来划分配送外延,将非中转型送货也纳入配送范围。

(4) 配送是“配”和“送”的有机结合

配送与一般送货的重要区别在于,配送利用有效的分拣、配货等理货工作,使送货达到一定的规模,以利用规模优势取得较低的送货成本。因此,为追求整个配送的优势,分拣、配货等工作必不可少。

(5) 配送以客户要求为出发点

配送是从客户利益出发,按客户要求进行的一种活动,因此在观念上必须明确用户处于主导地位,配送企业处于服务地位。配送企业应从客户利益出发,在满足客户利益的基础上

取得本企业的利益,不能利用配送损害或控制客户,更不能将配送作为分割部门、分割行业、割据市场的手段。

(6) 配送应追求合理性,进而指导客户,实现共同受益的商业原则

过分强调“根据客户要求”是不妥的,客户要求受客户本身的局限,有时会损失自我或双方的利益。对于配送企业而言,在满足客户需求的同时也应考虑自身的经济效益,以最合理的方式配送。

2) 配送的特点

(1) 配送是运输在功能上的延伸,是一种末端物流活动

配送的对象是零售商、加工点、消费者或终端客户,处于运输中的支线输送或末端输送的位置,配送是与长距离、大批量运输相连接的为终端客户提供的短距离、小批量的物流服务活动。

(2) 配送是物流和商流有机结合的商业流通模式

配送融合了商流和物流。配送作业的起点是集货,包括了订货等商流活动。商流的有效组织离不开物流的支持。因此,配送是一种物流和商流有机结合的商业模式。

(3) 配送是一种小范围、综合性的物流活动

配送是综合性、一体化的物流活动。配送过程包含采购、运输、储存、装卸、搬运、分拣、配货、配装、流通加工、送货、送达服务和物流信息处理等多项物流活动,是物流的一个缩影或在某个小范围中物流全部活动的体现。

1.1.2 配送的功能和作用

1) 配送的功能

(1) 集货

在按照客户要求进配送之前,首先要将分散的、需要配送的货物集中起来,这就是配送的集货功能。

(2) 存储

为保障配送的客户服务水平,应尽量减少缺货次数和缺货数量,合理的存储是满足这一要求的重要保证。

(3) 分拣

分拣是依据顾客的订货要求或配送中心的作业计划,尽可能迅速、准确地将货物从其储位或其他区域拣取出来的作业过程。分拣是配送不同于其他物流形式的功能要素,是支持送货、完善送货的准备工作。

(4) 配货

配货是根据客户对货物的品种、规格、型号、数量、送货时间和地点等的不同要求,将货物按客户要求进包装、组配的过程。配货和分拣是同一工艺流程中紧密联系的两项活动,在配送流程中一般是同时进行和完成的。

(5) 配装

配装是在配送中通过合理的货物装载和路线安排来提高车辆利用率和运输效率,是降低送货成本的重要手段。

(6) 送货

送货是利用配送车辆把客户订购的货物从制造厂、生产基地、批发商、经销商或配送中心送到客户手中的过程,也是配送过程中最终直接面对客户的服务。

(7) 送达服务

送达服务是指在货物送抵客户的目的地或送货结束后,为客户提供的卸货、退换货、组装、安装、调试及技术培训等相关服务,也包括为上游客户代收货款等服务。

(8) 配送加工

配送加工是为了提高配送服务水平和获取增值利润,根据客户需要对货物进行的如包装、分割、分选等简单加工作业的活动。配送加工这一功能在配送中不具有普遍性,但往往具有重要作用。

2) 配送的作用

(1) 创造时间价值

货物从供给者到需求者之间有一段时间差,由于改变这一时间差而创造的价值,称为时间价值。配送通过缩短时间、弥补时间差和延长时间差 3 种方式创造时间价值。配送能够加快物流速度,以缩短时间的方式创造价值;配送的集货功能和存储功能能弥补供给和需求之间的时间差,以弥补时间差的方式创造价值;在某些具体的配送活动中能人为、能动地延长物流时间,以延长时间差的方式创造价值。

(2) 创造空间价值

货物从供给者到需求者之间存在空间差异,供给者和需求者往往处于不同的场所,由于改变这一场所的差别而创造的价值被称作空间价值或场所价值。由于供给和需求之间的空间差,货物在不同地理位置有不同的价值,通过配送将货物从低价值区转移到高价值区,便可获得价值差,即空间价值或场所价值。

(3) 完善和优化物流系统

长距离、大批量的干线运输实现了低成本化,但是在干线运输之后,往往都要辅以支线运输和小搬运,这种支线运输和小搬运成了物流过程的一个薄弱环节。这个环节有和干线运输不同的许多特点,如要求灵活性、适应性、服务性,致使运力利用不合理、成本过高等问题难以解决。采用配送方式将支线运输和小搬运统一起来,使输送过程得以优化和完善。

(4) 提高末端物流效益

采用配送方式,可以通过集货功能来达到经济地进货,又通过合理地配装功能经济地发货,提高了末端物流的经济效益。一些配送中心也通过配送加工功能,在更好地满足客户需要的同时获取了更大的经济效益。

(5) 实现低库存或零库存

通过高水平的配送,尤其是采取准时配送方式后,生产企业可以完全依靠配送中心的准时配送而不需要保持自己的库存,或者只需保持少量的保险储备而不必持有经常储备。这样就可以实现生产企业追求的“零库存”,将企业从库存的包袱中解脱出来,同时解放出大量库存占用的资金,从而改善企业的财务状况。

(6) 简化事务,方便客户

采用配送方式,客户只需向一处商家订购或与一个进货单位联系就可以在自己的指定

地点收取所需要的货物,大大减轻了客户的工作量和开支。

(7) 提高供应保证程度

客户自己保持库存、维持生产和经营,受到库存费用的制约,供应保证程度很难提高。而采用配送方式,配送中心利用自身的专业优势以及业务规模经济优势,能够以更低的成本、更高的效率满足客户需求,提高供应保证程度,提高经济效益。

1.1.3 配送分类

配送从不同的角度可以有不同的分类:

1) 按配送主体分类

(1) 配送中心配送

配送中心是从事配送业务的场所或组织,它借助专业的设施设备和工艺流程,为客户提供专业的配送服务。配送中心专业性强,和客户有固定的配送关系,配送能力强,可以承担生产企业主要物资的配送及向配送商店实行补充性配送等,是配送的主要形式。

配送中心覆盖面广、配送规模大,必须有配套的大规模实施配送的设施,该设施一般投资较高、机动性较差,因此也具有一定的局限性。

(2) 仓库配送

仓库配送是以仓库作为物流据点的配送形式。它可以是把仓库完全改造成配送中心,也可以是在保持仓库原功能的前提下增加一部分配送职能。由于不是专门按配送中心的要求设计和建立的,因此仓库配送规模较小、专业化程度较低。但仓库配送可以利用现有条件而不需要大量投资,是开展中等规模配送可以选择的形式。

(3) 商店配送

商店配送是由商家或其他流通企业的门市网点,根据客户要求,将商店经营的品种配齐,或代客户外购一部分本商店不经营的商品,然后与商店经营的品种一起配齐运送给客户。商店配送是配送中心配送的辅助和补充形式,也是现阶段电子商务配送实践中一个重要的发展方向。

(4) 生产企业配送

生产企业配送的组织者是生产企业,尤其是进行多品种生产的生产企业,可以由本企业直接进行配送而不需要再将产品发送到配送中心。生产企业配送由于减少了一次物流中转,因此具有一定的优势。生产企业配送在地方性较强的生产企业中应用较多,如就地生产、就地消费的食品、饮料、百货等。某些不适于中转的化工产品及地方建材也可采取这种方式。

2) 按配送时间和数量分类

(1) 定时配送

定时配送是指按规定的时间间隔进行的配送。这种方式时间固定,易于安排工作计划,易于计划使用车辆。但是如果配送货物种类和数量变化较大时,配货、装货难度较大,也会使配送运力安排出现困难。

(2) 定量配送

定量配送是指按规定的批量在一个指定的时间范围内进行配送。这种方式数量固定,

备货工作较为简单,可以按托盘、集装箱及车辆的装载能力规定配送的批量,能有效利用托盘、集装箱等集装方式,配送效率高。由于时间要求不严格,也可以将不同客户所需货物凑成整车后配送,运力利用较好。

(3) 定时定量配送

定时定量配送是指按规定的配送时间和配送数量进行的配送。这种方式兼有定时、定量两种方式的优点,但对计划性、稳定性要求较高。适合生产和销售稳定、产品批量较大的生产制造企业和大型连锁商品超市的部分商品配送,并不是一种普遍的方式。

(4) 定时定量定点配送

定时定量定点配送是指按照确定的周期、货物品种和数量,对确定的客户进行的配送。这种方式的特点是配送中心与客户事先签有配送协议,并严格执行。适用于重点企业和重点项目的物流支持。

(5) 定时定路线配送

定时定路线配送是指在规定的运行路线上制定到达的时间表,按运行时间表进行的配送。客户可按规定路线及规定时间接货和提出配送要求。采用这种方式有利于安排工作计划、车辆和驾驶人员。在配送客户较多的地区,也可免去过分复杂的配送要求造成的配送组织工作及车辆安排的困难。适用于客户比较集中的地区。

(6) 即时配送

即时配送是指完全按客户的配送时间、品种数量要求进行的随时配送,是一种具有很高灵活性的应急配送形式。这种方式对配送中心的配送设施、专业化程度、管理水平、应变能力等要求比较高,只有少数配送中心能开展。

3) 按配送的品种和数量分类

(1) 少品种大批量配送

少品种大批量配送是指客户所需的货物品种少但需求量大的配送。由于配送量大、货物品种少,可以提高车辆利用率;同时配送组织内部工作也较简单,配送成本低。如果生产企业能将货物直接运抵客户,同时又不会使客户库存效益下降,可采用直送方式。

(2) 多品种少批量配送

多品种少批量配送是指客户所需的货物品种多、批量少的配送。这是符合当前客户消费特点的一种配送方式。这种配送作业水平要求高,配送中心设备复杂,配货送货计划难度大,是一种高水平、高技术的配送方式。

(3) 成套配套配送

成套配套配送是指根据生产企业尤其是装配型企业的生产需要,集合各种产品成套或配套的零部件,按生产节奏送达生产企业的配送。这种配送方式中配送企业承担了生产企业大部分的供应工作,使生产企业专注于生产,与多品种少批量配送效果相同。

4) 按经营形式分类

(1) 销售配送

销售配送是以销售经营为目的、配送为手段的配送,是销售型企业作为销售战略一环进行的配送。这种配送的配送对象和配送客户往往是不固定的,配送经营状况取决于市场状况,配送的随机性较强而计划性较差。各种类型的商店配送一般属于销售配送。

(2) 供应配送

供应配送是企业为了自己的供应需要所采取的配送形式,由企业或企业集团组建配送据点,集中大批量进货以取得采购价格优惠,然后向本企业或企业集团若干企业配送。这种配送方式在大型企业、企业集团或联合公司中采用较多,是保证供应水平、提高供应能力、降低供应成本的一种有效方式。

(3) 销售—供应一体化配送

销售企业对于基本固定的客户和基本确定的配送商品,可以在自己销售的同时承担向客户有计划供应的职能,起到既是销售者又是客户的供应代理人的双重作用。这种配送对销售者来说,能获得稳定的客户和销售渠道,有利于本身的稳定持续发展,有利于扩大销售数量;对客户来说,能获得稳定的供应,可大大节约成本,有效控制进货渠道,提高供应保证程度。销售—供应一体化配送是配送经营的重要形式,有利于形成稳定的供需关系,采取先进的计划方式和技术方式,保持流通渠道的畅通稳定。

(4) 代存代供配送

代存代供配送是指客户将属于自己的货物委托配送企业代存、代供,有时还委托代订,然后组织对本身的配送。这种配送在实施时不发生商品所有权的转移,配送企业只是客户委托的代理人,所发生的仅是货物物理位置的转移。配送企业只从代存、代供中获取收益,而不能获取货物销售的经营性收益。

(5) 代理配送

代理配送一般情况与销售配送一致,只是在配送业务开展时组织货源,不用配送企业提供货款。配送企业只是受生产者委托代销商品,对配送商品没有所有权,不能获取商品销售的经营性收益,只能按销售额的一定比例获取佣金。

5) 按配送企业专业化程度分类

(1) 综合配送

综合配送是指配送货物种类较多,不同专业领域的货物在一个配送网点中组织对客户的配送。综合配送可减少客户组织所需全部货物的进货负担,只需和少数配送企业联系,便可解决多种需求,是对客户服务意识较强的配送形式。综合配送的局限性在于,由于货物性能、形状差别很大,在组织时技术难度比较大。因此,一般只是在性状相同或相近的不同类货物方面实行综合配送,差别过大的货物难以综合化。

(2) 专业配送

专业配送是指按货物性状不同适当划分专业领域的配送方式。专业配送的主要优势是按专业的共同要求优化配送设施、优选配送设备,制定适应性强的工艺流程,从而大大提高配送各个环节的作业效率。

1.1.4 配送模式

配送模式是企业对配送所采取的基本战略和方法。根据国内外配送的发展理论和实践,主要存在以下几种配送模式:

1) 自营配送模式

自营配送模式是指企业配送的各个环节由企业自身筹建并组织管理,实现对企业内部

及外部货物配送的模式。这种模式有利于企业供应、生产和销售的一体化作业,系统化程度相对较高,既可满足企业内部原材料、半成品及成品的配送需求,又可满足企业对外进行市场拓展的需求。但自建配送体系投资较大,一般采用该模式的都是规模较大的企业。

2) 第三方配送模式

第三方配送模式是指交易双方把自己需要完成的配送业务委托给第三方来完成的一种配送运作模式。随着物流产业的不断发展和第三方配送体系的不断完善,第三方配送模式成为工商企业和电子商务企业进行货物配送的重要模式和方向。

3) 共同配送模式

共同配送是指为提高物流效率,对某一地区的客户进行配送时,由多个配送企业联合实施的配送。共同配送主要针对某一地区的客户所需货物数量较少而使车辆不满载、配送车辆利用率不高等情况,从事共同配送的主体可以是货主也可以是配送企业。共同配送的优势在于有利于实现配送资源的有效配置,弥补配送企业功能的不足,促使企业配送能力的提高和配送规模的扩大,更好地满足客户需求,提高配送效率,降低配送成本。

任务2 配送中心认知

1.2.1 配送中心的概念

1) 配送中心的定义

《中华人民共和国国家标准:物流术语》(GB/T 18354—2006)对配送中心的定义是:从事配送业务且具有完善信息网络的场所或组织,应基本符合下列要求:

- ①主要为特定的用户服务;
- ②配送功能健全;
- ③辐射范围小;
- ④多品种、小批量、多批次、短周期;
- ⑤主要为末端客户提供配送服务。

作为物流运作枢纽的配送中心,要发挥其集中供货的作用,首先必须采取各种方式去组织货源;其次,必须按照客户的要求及时分拣和配货;为了更好地满足客户需求和提高配送服务水平,配送中心还必须具有一定的流通加工能力。从这个意义上来说,配送中心实际上是集集货中心、分货中心和流通加工中心为一体的现代化物流基地,也是能够发挥多种功能的物流组织。

2) 配送中心的特点

现代配送中心与传统的储运企业和普通仓库相比,已经有了很大的不同。仓库仅仅是储存货物,功能比较单一;配送中心则具有采购、进货、储存、流通加工、装卸搬运、分拣、配

货、送货等多样化的功能。具体来说,配送中心作为一种全新的物流据点,具有以下特点:

- ①集货、分拣和配货是配送中心主要的、独特的业务。
- ②送货对配送中心而言主要是承担组织管理。配送中心可根据实际情况自主承担送货或利用社会运输企业完成送货,以降低物流成本,实现资源优化配置。
- ③配送是经营的一种手段,是一种流通方式,不是单纯的物流活动。配送中心经营活动的目的是获取利润。
- ④配送中心是社会再生产过程中不可或缺的重要的供应和销售环节,属于社会再生产过程中的流通阶段。
- ⑤配送中心以现代信息技术和装备为基础,是兼有信息流、商流、物流全功能的流通组织。
- ⑥配送中心具有衔接和辐射功能,通过枢纽辐射网络,将地区市场、国内市场、国际市场和全球市场有机统一起来,形成网络经济。

1.2.2 配送中心的功能

配送几乎包括了所有的物流功能要素,是物流的一个缩影或在某小范围中物流全部活动的体现。配送中心作为专业从事配送业务的场所或组织,具有以下基本功能:

(1) 备货

备货是配送中心根据客户需要,为配送业务的顺利实施从事的组织货源的活动。备货是配送的准备工作或基础工作,包括采购订货、集货进货及相关的交接活动。

(2) 储存

配送中心的储存有储备及暂存两种形态。储备是按一定时期的配送经营要求,形成的对配送的资源保证。暂存是在具体执行配送时,按分拣配货要求,在理货场所做的少量储存准备。还有另一种形式的暂存是分拣、配货之后,形成的发送货载的暂存,这个暂存主要是调节配货与送货的节奏,暂存时间不长。

(3) 分拣

分拣是依据顾客的订货要求或配送中心的作业计划,尽可能迅速、准确地将货物从其储位或其他区域拣取出来的作业过程。分拣是配送不同于其他物流形式的功能要素,也是配送中心非常重要的一项工作,分拣技术水平的高低是决定整个配送系统水平高低的关键要素。

(4) 配货

配货是根据客户对货物的品种、规格、型号、数量、送货时间和地点等的不同要求,将货物按客户要求包装、组配的过程。配货是完善送货、支持送货的准备性工作,能够提高送货服务水平和配送系统水平。

(5) 配装

配装是当某一客户的配送数量不能达到送货车辆的有效载运负荷时,集中不同客户的订货进行搭配装载,以充分利用运能、运力。

(6) 配送运输

配送运输是运输中的末端运输、支线运输。由于配送客户多、交通路线复杂,如何与配装有效搭配、组合成最优路线,是配送运输的难点。

(7) 送达服务

配好的货物运输到客户所在地并不是配送工作的完结,货物送达之后的移交以及相关延伸服务是配送送达服务的内容,也是配送独具的功能要素。

(8) 流通加工

流通加工是物品在从生产地到使用地的过程中,根据需要施加的包装、分割、计量、分拣、刷标志、拴标签、组装等简单作业的总称。流通加工这一功能要素在配送中心不具有普遍性,一般取决于客户要求。但流通加工能提升客户满意度,实现配送中心的增值服务,因此在配送中心具有重要作用。

(9) 信息处理

配送中心的信息处理功能是指利用计算机和网络技术,对各个作业环节中的物流信息进行采集、分析,协调内部作业,同时将相关信息实时提供给客户。信息处理是现代配送中心的重要功能。

1.2.3 配送中心的分类

1) 按配送中心的经营主体分类

(1) 制造商型配送中心

制造商型配送中心是生产企业为把自身产品销售给客户所建的配送中心。这种配送中心配送的货物是由自己生产制造的,用以降低流通费用、提高售后服务质量和及时地将预先配齐的成组元器件运送到规定的加工和装配工位。物料供应、生产流程、成品包装和条码粘贴较容易控制,大多设计为现代化、自动化的配送中心,但一般不具备社会化的要求。

(2) 批发商型配送中心

批发是货物从制造者到消费者手中的传统流通环节之一,一般是按部门或货物类别的不同,把每个制造商的货物集中起来,然后以单一品种或搭配向消费地的零售商进行配送。这种配送中心的货物来自多个制造商,它所进行的一项重要活动是对货物进行汇总和再销售,而它的全部进货都是社会配送的,社会化程度高。

(3) 零售商型配送中心

零售商型配送中心是由零售商向上整合成立的、以零售业为主体的配送中心。零售商发展到一定规模以后,就可以考虑建立自己的配送中心,面向终端客户或连锁门店开展配送业务,其社会化程度介于前两者之间。

(4) 专业配送中心

专业配送中心的主体是第三方物流企业,包括传统的仓储企业和运输企业。这种配送中心有很强的配送能力,地理位置优越,可迅速将到达的货物配送给客户。它为制造商或供应商提供配送服务,配送中心的货物仍属于制造商或供应商,配送中心只是提供仓储管理和配送服务。这种配送中心的现代化程度往往较高。

2) 按配送中心的服务范围分类

(1) 城市配送中心

城市配送中心是向城市范围内的众多客户提供配送服务的物流组织。这类配送中心的